

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-615-7-36>

LEGAL REGULATION OF TOURIST AND RECREATIONAL ACTIVITIES IN THE USA

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИЗМУ В США

Yavorskyi R. I.

*Doctoral Candidate at the Department
of Administrative and Information Law,
Lviv Polytechnic National University;
PhD in Law, Associate Professor
at the Department of Administrative
and Financial Law,
Faculty of Law, Ivan Franko National
University of Lviv
Lviv, Ukraine*

Яворський Р. І.

*докторант кафедри
адміністративного
та інформаційного права
Національний університет
Львівська Політехніка,
кандидат юридичних наук,
асистент кафедри
адміністративного
та фінансового права
юридичного факультету,
Львівський національний університет
імені Івана Франка
м. Львів, Україна*

Туризм у Сполучених Штатах Америки – це найбільша сфера економіки, яка щороку надає послуги мільйонам не лише внутрішніх, а й міжнародних туристів, які користуються різноманітністю видів туризму та рекреаційних можливостей, відвідуючи країну для того, щоб подивитися на різні міста, різноманітну природу та історичні пам'ятки і, звичайно, відвідати пам'ятки та місця розваг країни. Приміром, науковці відзначають, що емоційний маркетинг відіграє ключову роль у залученні туристів, адже він створює потужний зв'язок між мандрівниками та їхніми очікуваннями, пробуджуючи сильні почуття [1, с. 12].

Відповідно, правове регулювання туристично-рекреаційної діяльності у США здійснюється через численні закони та нормативні акти на федеральному, штатному та місцевому рівнях. Разом з цим на загальнодержавному рівні встановлені правові принципи, що регулюють туристично-рекреаційну діяльність, а саме:

– важливим аспектом є збереження природних ресурсів та охорона навколишнього середовища; даний принцип базується на National Environmental Policy Act, згідно з яким закон вимагає від федеральних агентств оцінювати вплив своїх дій на навколишнє середовище, включаючи туристично-рекреаційні проєкти;

- принцип розвитку та управління національними парками та рекреаційними зонами функціонує в рамках National Park Service Organic Act, що встановлює управління та захист національних парків, пам'яток та історичних об'єктів;

- принцип постійного регулювання діяльності в прибережних зонах, а саме відповідно до Coastal Zone Management Act, CZMA, має зберігатися, захист, розвиток та покращення прибережних зон США;

- принцип постійного оновлення та вдосконалення туристичної індустрії, який ґрунтується на Travel Promotion Act, що спрямований на залучення іноземних туристів;

- принцип забезпечення безпеки туристів, який ґрунтується на Traveler Safety and Security Act, що передбачає заходи для підвищення безпеки туристів та захисту їхніх прав й інтересів;

- принцип модернізації рекреаційної інфраструктури – Land and Water Conservation Fund Act, забезпечує фінансування для розвитку та підтримки рекреаційних об'єктів;

- принцип захисту культурної спадщини, відповідно National Historic Preservation Act спрямований на збереження історичних та культурних пам'яток США [2, с. 401; 3, с. 469–475; 4, с. 67–93].

Відповідно до вище відзначеного, туристична діяльність Сполучених Штатів Америки регулюється низкою нормативно-правових актів, що мають на меті підтримку, модернізацію, трансформацію, удосконалення, розвиток та забезпечення безпеки економічного класу держави. Відповідні законодавчі ініціативи спрямовані на створення сприятливих умов для туристів, стимулювання іноземних візитів, покращення доступності туристичних об'єктів, а також забезпечення високих стандартів обслуговування та безпеки. Розроблена нами таблиця містить основні нормативно-правові акти, які регулюють туристичну діяльність у США, та їх вплив на розвиток туристичного сектору.

Враховуючи чинне законодавство Сполучених Штатів Америки, особливості нормативно-правових актів, які функціонують в кожному штаті окремо, експертами та аналітиками сформовані моделі розвитку туризму в США, а саме:

- особливістю законодавства США є те, що є розподіл регулювання туристичної галузі на федеральному, державному та місцевому рівнях. Приміром закон 1961 року National Tourism Policy Act, який сприяє розвитку туристичних ресурсів та його ефективне використання та Travel Promotion Act, на основі якого було засновано Корпорацію Brand USA для просування туризму, є обов'язковими для всіх штатів;

Таблиця 1

**Основні нормативно-правові акти, що регулюють
туристично-рекреаційну діяльність у США**

Нормативно-правовий акт	Дата прийняття	Основні положення	Вплив на туристичний сектор
National Tourism Policy Act	1981	Визначає основи національної політики у сфері туризму, підтримує маркетинг та просування США як туристичного напрямку.	Сприяє збільшенню кількості туристів, залучає міжнародних туристів, підтримує розвиток інфраструктури.
Travel Promotion Act	2010	Створює Корпорацію з просування подорожей (Brand USA) для стимулювання іноземних туристичних потоків до США.	Збільшує інвестиції в маркетинг, покращує міжнародний імідж США, сприяє економічному зростанню за рахунок туризму.
Americans with Disabilities Act (ADA)	1990	Забезпечує права осіб з інвалідністю, включаючи доступність туристичних об'єктів та послуг.	Покращує доступність туристичних місць, розширює ринок для туристів з інвалідністю, підвищує рівень сервісу.
Federal Aviation Administration (FAA) Regulations	Оновлюється регулярно	Регулює безпеку та стандарти авіаперевезень, включаючи туристичні рейси.	Підвищує безпеку авіаподорожей, стимулює розвиток авіатуризму, сприяє конкурентоспроможності авіакомпаній.
Visa Waiver Program Improvement and Terrorist Travel Prevention Act	2015	Модифікує програму безвізового в'їзду, підсилює заходи безпеки та вимоги до учасників.	Спрощує в'їзд для громадян певних країн, підвищує рівень безпеки, стимулює міжнародний туризм.
Real ID Act	2005	Встановлює мінімальні стандарти для видачі державних документів, таких як водійські права.	Посилює безпеку ідентифікаційних документів, впливає на внутрішній туризм через вимоги до посвідчення особи при подорожах.
Coastal Zone Management Act	1972	Підтримує захист та управління прибережними зонами, включаючи туристичні об'єкти.	Сприяє сталому розвитку прибережного туризму, зберігає природні ресурси, покращує туристичну інфраструктуру.
National Parks and Recreation Act	1978	Регулює управління національними парками та рекреаційними зонами.	Покращує захист та управління туристичними об'єктами, сприяє збереженню природних ресурсів, збільшує відвідуваність національних парків.

Джерело: систематизовано на основі [2; 3;5].

– створення, впровадження та модернізація Strategies for Tourism Development USA має враховувати оновлення відповідних елементів, відповідно до сучасних міжнародних стандартів, а саме: просування туристичних напрямків через глобальні кампанії, цифровий маркетинг; інвестиції в розвиток транспортної, готельної та рекреаційної інфраструктури; впровадження екологічних практик для забезпечення довгострокової стійкості туристичних ресурсів;

– формування фінансування туристично-рекреаційної діяльності США відзначається окремим елементом в державному бюджеті, а також: створення привабливих умов для інвесторів кожним штатом окремо; створення системи грантів та податкових пільг для розвитку туристичних об'єктів; співпраця між урядом і приватними підприємствами для реалізації великих туристичних проєктів;

– впровадження ліцензування та повний контроль за стандартами якості послуг і сертифікація підприємств й працівників;

– оновлення технологій для покращення туристичного досвіду, які контролюються нормативно-правовими актами;

– налагодження комплексної системи інтернаціоналізації та співпраці з іншими державами для обміну досвідом [6, с. 1324; 7, с. 641–654; 8; 9, с. 907–918].

Висновки. Правове регулювання туристично-рекреаційної діяльності у США охоплює низку законів та нормативних актів, які спрямовані на забезпечення безпеки, захисту прав й інтересів споживачів та збереження природних ресурсів. Одним із ключових законів є “Travel Promotion Act of 2010”, який заснував Корпорацію сприяння подорожам США, відому як Brand USA. Brand USA займається просуванням міжнародного туризму до США та підтримує розвиток туристичної галузі через маркетингові кампанії. Також важливим законом є “National Park Service Organic Act of 1916”, який створив National Park Service для управління національними парками та охоронюваними територіями з метою їх збереження та забезпечення доступу для рекреації.

Крім того, приміром, закон “Federal Lands Recreation Enhancement Act” 2004 дозволяє федеральним агентствам збирати та використовувати плату за рекреаційні послуги для підтримки та покращення інфраструктури в окремих штатах. Екологічний туризм, який отримав свій розвиток завдяки США, є найбільш перспективним завдяки великій кількості національних парків, з часів створення яких спостерігається стає зростання рекреаційного використання цих об'єктів. Перспективним видається розвиток туризму із сусідніми країнами, а також українсько-американський туризм в таких його

видах, як пізнавальний та діловий туризм шляхом організації міжнародних форумів.

Література:

1. Likarchuk N., Andrieieva O., Likarchuk D., Bernatskyi A. Impression marketing as a tool for building emotional connections in the public administration sphere. *Studies in Media and Communication*. 2022. № 10(1). P. 9–16.
2. Raji M. A., Olodo H. B., Oke T. T., Addy W. A., Ofodile O. C., Oyewole A. T. Digital marketing in tourism: a review of practices in the USA and Africa. *International Journal of Applied Research in Social Sciences*. 2024. № 6.3. P. 393–408.
3. Prada F. The Regulation of State-Owned Maritime Property Concessions for Tourism and Recreational Purposes: The Continuing Conflict Between Italian and European Law. *European Public Law*. 2022. № 28(4). P. 467–486.
4. Migdal N. *Hotel Law: Transactions, Management and Franchising*. Routledge. 2015. 192 p.
5. Statistical data of world tourism. Statista. 2024. URL: <https://www.statista.com/search/?q=tourism&p=1>
6. Ruiz-Real J. L., Uribe-Toril J., de Pablo Valenciano J., Gázquez-Abad J. C. Rural tourism and development: Evolution in scientific literature and trends. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2022. № 46.7. P. 1322–1346.
7. Rahman I., Nanu L., Bernard S., Liu S. Does perceived control matter in the early days of COVID-19 in USA? A protection motivation approach examining hospitality and tourism service patronage. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 2024. № 25.3. P. 638–664.
8. Bulut U., Ongan S., Dogru T., Işık C., Ahmad M., Alvarado R., Amin A., Rehman A. The nexus between government spending, economic growth, and tourism under climate change: testing the CEM model for the USA. *Environmental Science and Pollution Research*. 2023. № 30.36 URL: <https://order.springer.com/public/cart?message=AddToCartSuccess>